

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED RISK* BERDASARKAN *TRUST EXPECTATION* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI  
MATAHARIMALL.COM**



**OLEH :**

**AKIRA EGA BINARDY**

**3103012091**

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2015**

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED RISK* BERDASARKAN *TRUST EXPECTATION* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI  
MATAHARIMALL.COM**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Jurusan Manajemen

**OLEH:**

**AKIRA EGA BINARDY**

3103012091

**JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

2015

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *PERCEIVED RISK* BERDASARKAN *TRUST EXPECTATION* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI  
MATAHARIMALL.COM**

**OLEH :**

**AKIRA EGA BINARDY**

**3103012091**

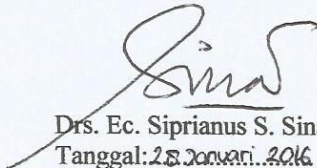
**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan  
Kepada Tim Penguji**

**Pembimbing I,**



**Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,M.Si**  
**Tanggal: 15 Januari 2016**

**Pembimbing II,**




**Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM.**  
**Tanggal: 28 Januari 2016**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Akira Ega Binardy / 3103012091

Telah diuji pada tanggal dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji.

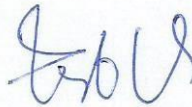
Ketua Tim Penguji :



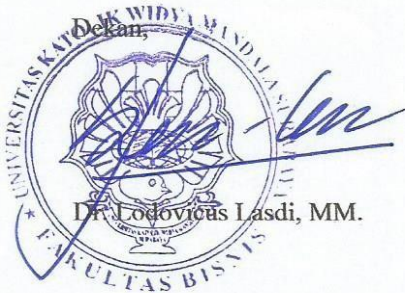
Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Elisabeth Supriharyanti, SE., M, Si



## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Akira Ega Binardy  
NRP : 3103012091  
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Perceived Risk* Berdasarkan *Trust Expectation* Terhadap Minat Beli Konsumen di MatahariMall.com

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini plagiatisme, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya juga menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan di internet atau media lainnya (digital library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Undang – Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 15 Januari 2016



Yang Menyatakan,

Akira Ega Binardy

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Analisis Pengaruh *Perceived Risk* Berdasarkan *Trust Expectation* Terhadap Minat Beli Konsumen di MatahariMall.com”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Dr. Lodovicus Lasdi, MM. Dekan Universitas Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE. M.Si Ketua Jurusan Fakultas Bisnis Universitas Widya Mandala Surabaya.
3. Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si sebagai dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dengan sabar, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM. sebagai dosen pembimbing 2 yang telah membimbing, membantu memberikan masukan, dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Semua Bapak/Ibu dosen yang telah mengajar dan membagikan pengetahuan semasa penulis kuliah selama ini.



6. Orang tua dan keluarga besar atas dukungan doa dan moral serta kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan studi selama ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan selama kuliah sampai saat ini dan telah menjadi teman terbaik, serta teman - teman yang telah membantu dalam penulisan tugas akhir ini.
8. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuesioer.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak. Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 15 Januari 2016



Akira Ega Binardy

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1. Minat Beli .....	14
2.2.2. Perceived Risk .....	18
2.2.3. Trust Expectation .....	21
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	23
2.3.1 Hubungan antara <i>Financial Risk</i> dan <i>Trust Expectation</i> .....	23



2.3.2 Hubungan antara <i>Performance Risk</i> dan <i>Trust Expectation</i> .....	24
2.3.3 Hubungan antara <i>Delivery Risk</i> dan <i>Trust Expectation</i> .....	24
2.3.4 Hubungan antara <i>Psychological Risk</i> dan <i>Trust Expectation</i> ...	25
2.3.5 Hubungan antara <i>Social Risk</i> dan <i>Trust Expectation</i> .....	26
2.3.3 Hubungan antara <i>Trust Expectation</i> dan <i>Minat Beli</i> .....	27
2.4 Model Penelitian .....	28
2.5 Hipotesis .....	28
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b> .....	29
3.1. Desain Penelitian .....	29
3.2. Identifikasi Variabel.....	29
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.4 Pengukuran Variabel.....	33
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	33
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	34
3.7.1 Populasi .....	34
3.7.2 Sampel.....	34
3.7.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.8 Analisis Data .....	35
<b>BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	38
4.1 Sifat Penelitian .....	38
4.2 Karakteristik Responden.....	38
4.2.1 Jenis Kelamin .....	39
4.2.2 Usia .....	39
4.2.3 Situs Web / Aplikasi Belanja Online yang Dipakai .....	40
4.3 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	41
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Financial Risk</i> .....	42

4.3.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Risk</i> .....	43
4.3.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Delivery Risk</i> .....	44
4.3.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Psychological Risk</i> .....	45
4.3.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Risk</i> .....	46
4.3.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust Expectation</i> .....	47
4.3.7 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli.....	48
4.4 Analisis Data .....	49
4.4.1 Uji Normalitas Data .....	49
4.4.2 Uji Kecocokan Model .....	51
4.4.3 Uji Validitas .....	53
4.4.4 Uji Reliabilitas .....	54
4.5 Persamaan Struktural .....	55
4.6 Pengujian Hipotesis .....	56
4.7 Pembahasan .....	57
4.7.1 Pengaruh <i>Financial Risk</i> terhadap <i>Trust Expectation</i> di toko online MatahariMall.com .....	57
4.7.2 Pengaruh <i>Performance Risk</i> terhadap <i>Trust Expectation</i> di toko online MatahariMall.com .....	58
4.7.3 Pengaruh <i>Delivery Risk</i> terhadap <i>Trust Expectation</i> di toko online MatahariMall.com .....	59
4.7.4 Pengaruh <i>Psychological Risk</i> terhadap <i>Trust Expectation</i> di toko online MatahariMall.com .....	60
4.7.5 Pengaruh Sosial Risk terhadap <i>Trust Expectation</i> di toko online MatahariMall.com .....	61
4.7.6 Pengaruh <i>Trust Expectation</i> terhadap Minat Beli di toko online MatahariMall.com .....	62

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN.....	63
5. 1 Simpulan .....	63
5.2 Saran .....	65
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Sekarang dan Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 4.1 Pembagian Kuisioner .....	38
Tabel 4.2 Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.3 Usia .....	39
Tabel 4.4 Situs Web/ Aplikasi Belanja <i>Online</i> yang Dipakai .....	40
Tabel 4.5 Interval Rata – Rata Skor .....	41
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Financial Risk</i> .....	42
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Performance Risk</i> .....	43
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Delivery Risk</i> .....	44
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Psychological Risk</i> .....	45
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Social Risk</i> .....	46
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust Expectation</i> .....	47
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Univariate Normality</i> .....	50
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Multivariate Normality</i> .....	51
Tabel 4.15 Indeks Fit Dalam SEM .....	52
Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas .....	53
Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4.18 Persamaan Struktural .....	55
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis .....	56

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Evaluasi Pembelian dan Setelah Pembelian .....	16
Gambar 2.2. Model Penelitian.....	28

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner
Lampiran 2.	Data Penelitian
Lampiran 3.	Identitas Responden
Lampiran 4.	Statistik Deskriptif
Lampiran 5.	Output Lisrel
Lampiran 6.	Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 7.	Gambar <i>Path Diagram</i>



## ABSTRAK

Seiring berkembangnya era globalisasi, kian banyak toko *online* yang bermunculan. Indonesia yang kini ikut menjadi salah satu acuan tren fashion dunia, telah menyebabkan bertambahnya jumlah toko online fashion di dalam negeri. Penggunaan online shop juga terus mengalami peningkatan dan menjadi tren dari tahun ke tahun. Namun demikian, online shop juga memiliki resiko yang mungkin saja akan diterima konsumen. Hal ini tentunya dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian secara online.

Toko *online* MatahariMall.com hadir di tengah perkembangan masyarakat dan cenderung dinilai lebih terpercaya karena memiliki toko fisik yang sebelumnya juga sudah menjadi salah satu toko retail terbesar di Indonesia. Penelitian ini merupakan penelitian kausal yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *perceived risk*, *trust expectation*, dan minat beli. Populasi dari penelitian ini adalah semua orang yang pernah berbelanja *online* dan melihat atau membuka *website* maupun aplikasi MatahariMall.com. Sampel yang digunakan berjumlah 150 orang yang pernah belanja *online* dan yang pernah membuka *website* atau aplikasi MatahariMall.com, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Alat pengumpulan data dan metode yang digunakan adalah kuesioner lalu menyebarkan kuesioner tersebut.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis SEM dengan bantuan program LISREL 8.70. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa *perceived risk* yang terdiri dari : *financial risk*, *performance risk*, *delivery risk*, dan *psychological risk*, memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap *trust expectation*, sedangkan *social risk* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *trust expectation*. Kemudian *trust expectation* juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli di MatahariMall.com.

**Kata Kunci:** *Perceived Risk*, *Trust Expectation*, dan Minat Beli.